

A woman with shoulder-length brown hair is wearing a long, flowing dress with vertical black and white stripes. She is looking slightly to the right with a soft expression. The background is a bright, cloudy sky. The text 'marimekko' is overlaid in the center in a white, lowercase, sans-serif font.

marimekko

YHTIÖKOKOUS 2018

Tiina Alahuhta-Kasko
12.4.2018

Toimitusjohtajan

katsaus

Taloudellinen

kehitys

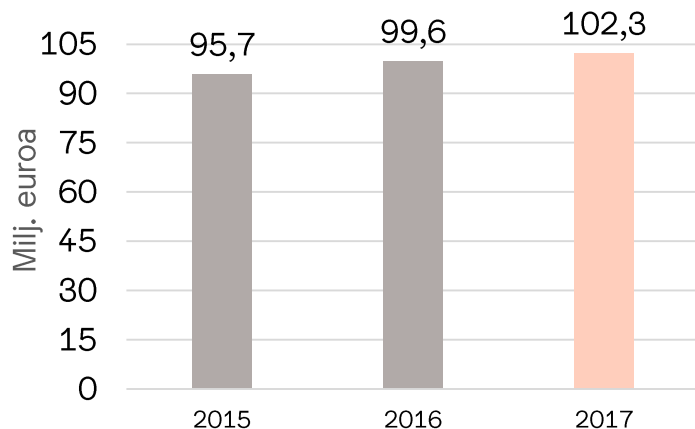


Vuosi 2017 lukuina

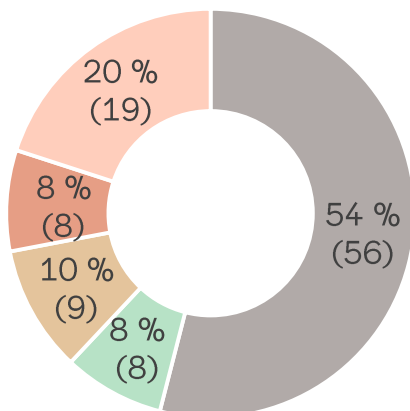
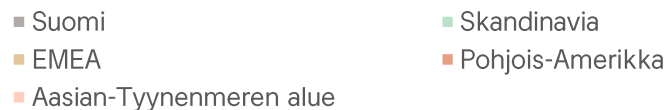
- Liikevaihto 102,3 milj. euroa (99,6)
- Brändimyynti 192,7 milj. euroa (199,3)
- Liikevoitto 8,4 milj. euroa (5,2); vertailukelpoinen liikevoitto 8,6 milj. euroa (6,1)
- Käyttökate (EBITDA) 11,7 milj. euroa (9,4)
- Tulos verojen jälkeen 5,7 milj. euroa (4,0) ja tulos osaketta kohden 0,70 euroa (0,50)

Liikevaihto 2017

Liikevaihdon kehitys 2015-2017



Liikevaihto markkina-alueittain
2017



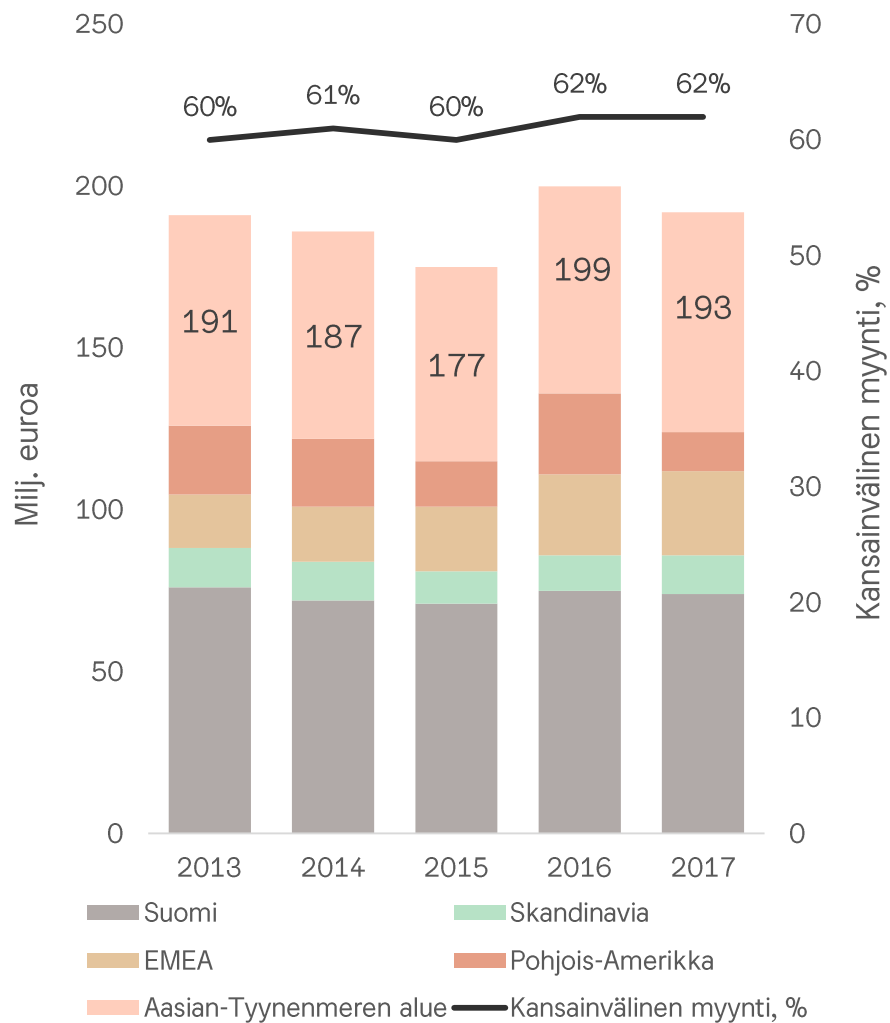
Liikevaihto +3 % 102,3 milj. euroon
(99,6)

- Kasvu kertyi pääosin vähittäismyynnistä Suomessa ja Australiassa, kansainvälisestä tukkumyynnistä sekä lisenssituotoista Aasian-Tyynenmeren alueella
- Suomen-tukkumyynnin lasku johtui siitä, että edellisvuoden jälkimmäisen puoliskon tukkumyyntiin sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia, joita ei vuonna 2017 ollut

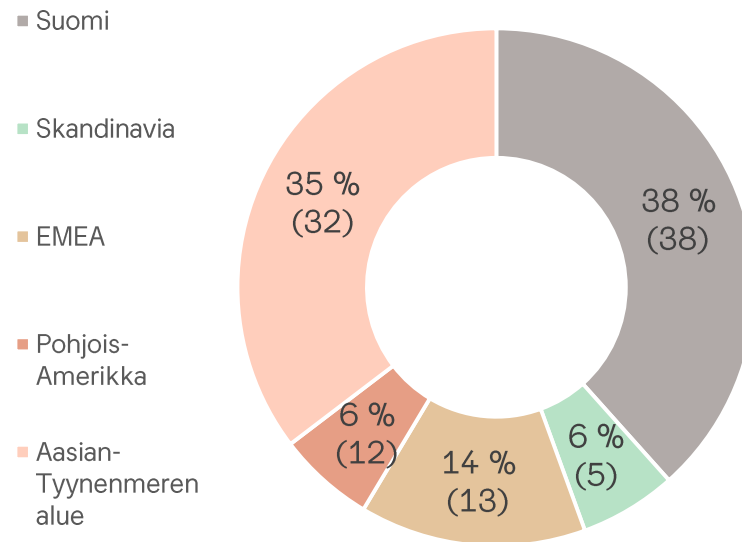
Liikevaihto Suomessa 55,7 milj. euroa
(55,8)

Kansainvälinen myynti +6 % 46,6 milj.
euroon (43,8)

Marimekon brändimyynti

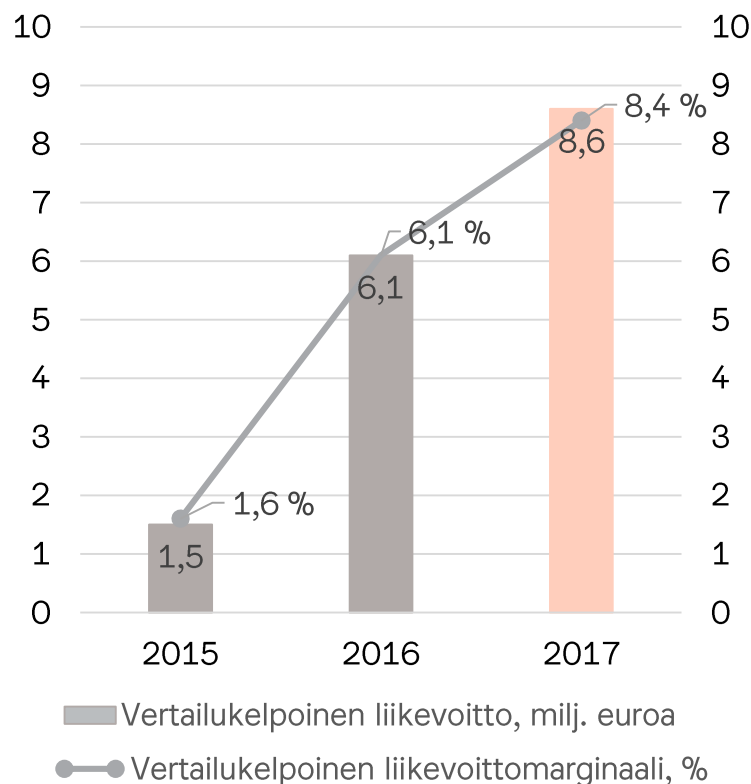


Brändimyynti markkina-alueittain 2017



Liikevoitto 2017

Vertailukelpoisen liikevoiton kehitys
2015-2017



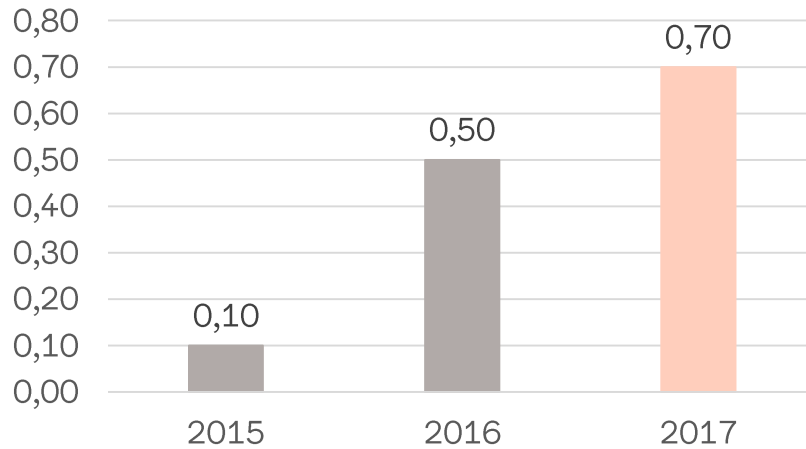
Liikevoitto 8,4 milj. euroa (5,2)

Vertailukelpoinen liikevoitto 8,6 milj. euroa (6,1)

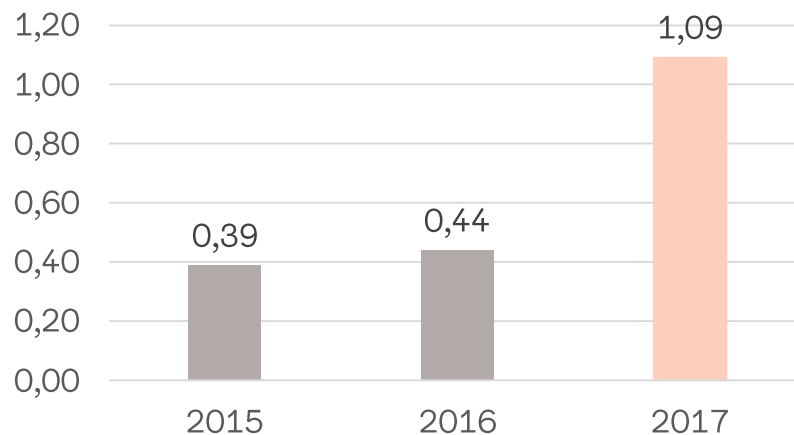
- + Liikevaihto kasvoi
- + Edellisvuotista parempi myyntikate
- + Alentuneet poistot ja henkilöstökulut
- Tukkumyynnin lasku Suomessa
 - vuoden 2016 jälkimmäisen puoliskon tukkumyyntiin sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia, joita ei vuonna 2017 ollut
- Korkeammat muut kiinteät kulut

Tulos/osake, vapaa kassavirta/osake ja osinko/osake

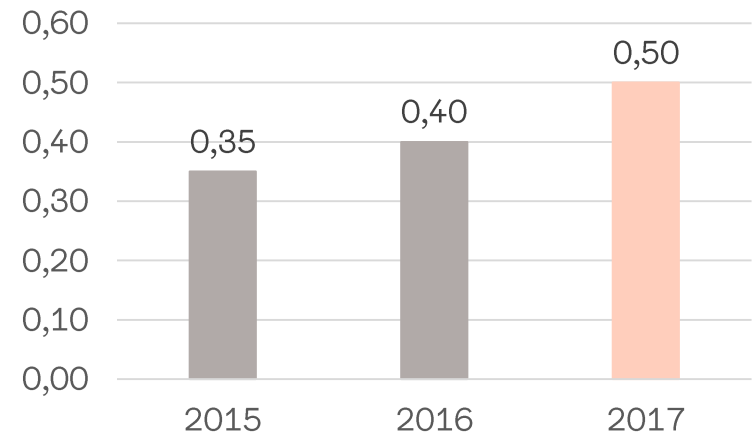
Tulos/osake (euroa)



Vapaa kassavirta/osake (euroa)



Osinko/osake (euroa)



2017: Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle

Vuoden 2017 tapahtumia

marimekko



Vuoden aikana avattiin yhteensä 12 uutta Marimekko-myymälää ja shop-in-shopia Kiinassa, Japanissa, Thaimaassa, Suomessa, Norjassa ja Ruotsissa. Thaimaan viides Marimekko-myymäälä avautui Central Bangna -ostoskeskuksessa Bangkokissa joulukuussa 2017.

marimekko

Search



Log in / Register

Shopping bag: 0

Clothing
Accessories
Bags
Home
Fabrics
Gift Ideas
Collections

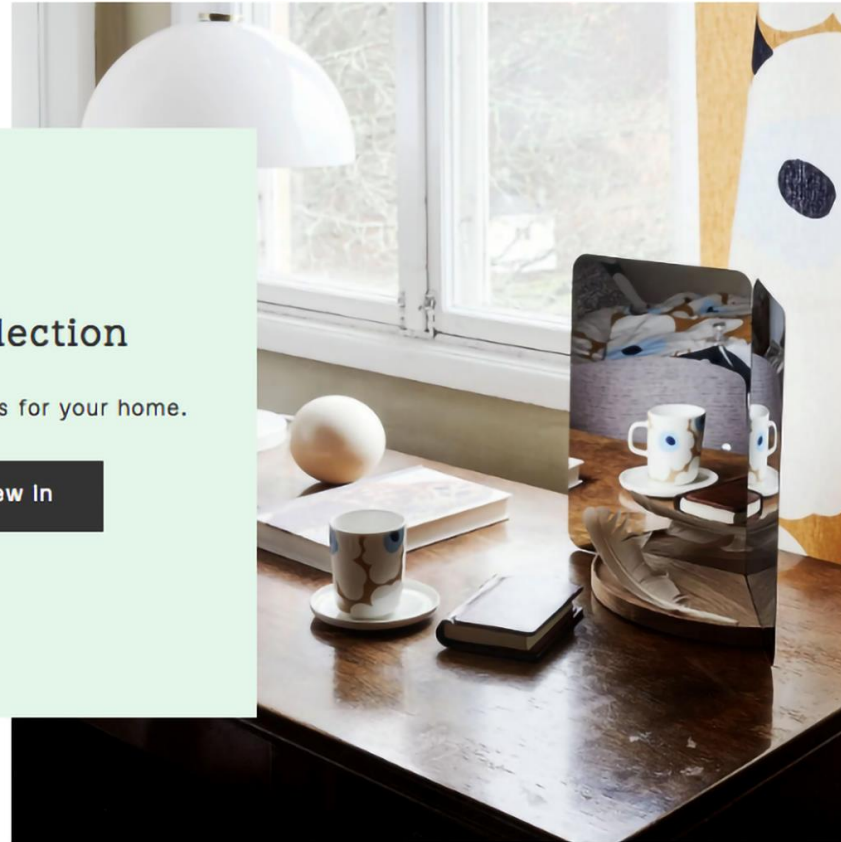
About Marimekko
#GrowthStories
Stores

UK | £

New collection

Blossoming patterns for your home.

Shop new in



New in

Bold patterns

Digitaalisen liiketoiminnan merkitys ja rooli Marimekon kansainvälistymisstrategiassa kasvaa jatkuvasti. Vuonna 2017 Marimekon verkkokauppa laajeni 17 uuteen maahan Euroopassa.



Marimekko esitteli menestyksekkäästi vaatemallistonsa Pariisin muotiviikolla maalis- ja lokakuussa 2017



Marimekko sai kunnian vierailla Isetan Shinjuku Stagella Tokiossa – pop up -myymälän erikoistuotteissa
Marimekon kuvio-osaaminen yhdistyi perinteiseen japanilaiseen käsityötaitoon



Marimekko ja Microsoft kertoivat tuovansa markkinoille Marimekko-kuvioisia lisätarvikkeita Microsoft Surface -tuotteisiin



Marimekko for Finnair -designyhteistyö jatkui, kun Finnairin A350-kone aloitti reittilentonsa Helsingin ja Aasian-kohteiden välillä kyljessään Marimekon klassikkokuvio Kivet



Kansainvälinen Marimekko Designathon -ohjelmointitapahtuma kokosi viisikymmentä uuden tekijäsukupolven edustajaa Marimekon pääkonttoriin haastamaan vaate- ja tekstiiliteollisuuden perinteisiä konventioita. Tapahtuma järjestettiin yhdessä Euroopan johtavan teknologia- ja kasvuyritystapahtuman Slushin ja Euroopan suurimman hackathonin Junctionin kanssa.



Photo credit: Spinnova

Marimekko ja suomalainen kuituteknologiayhtiö Spinnova aloittivat uusien, puupohjaisten tekstiilien kehittämiseen ja kaupallistamiseen liittyvän yhteistyön



Marimekko Spirit -näyttelyt, jotka esittelevät Marimekon omintakeista painokuviosuunnittelua, avautuivat Tokiossa marras- ja joulukuussa Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhlavuonna 2017

Strategian painopisteet

2018-2022

Vakaan perustan ja kilpailukyvyn rakentaminen globaalille yhtiölle



Strategian painopistealueet:

Parantuneen kannattavuuden myötä vahvempaan kasvuun aiempaa laajemman asiakaskunnan avulla

2016-2017

Saavutetut kannattavuuden ajurit

- Brändin ja mallistojen uuden suunnan rakentaminen
- Tuotevalikoiman täsmentäminen
- Normaalihintaisen myynnin kasvu (vs. alennusvetoinen)
- Hankintaketjun tehokkuuden paraneminen
- Tiukempi kulukuri
- Vahvistunut käyttöpääoma

2018-2022

Keskeiset kasvun ajurit

- Jatketaan laajempaa asiakaskuntaa puhuttelevan tuotevalikoiman kehittämistä
- Verkkomyynti ja partnerivetoinen Aasian-vähittäiskauppa kasvun vetureina
- Yhtiön päämarkkinoita lähestytään suurimpien kaupunkien kautta
- Jatketaan kaupallisen konseptin kehittämistä Marimekko-myymlöiden ja verkkokaupan tehokkuuden parantamiseksi
- Kasvatetaan tunnettuutta ja globaalia asiakaskuntaa sosiaalisen median, PR:n ja brändiyhteistöiden avulla
- Hankintaketjun tehokkuutta parannetaan kasvun kautta saavutettavilla skaalaeduilla



Tilikauden jälkeisiä tapahtumia



Marimekko julkisti yhteistyön arvostetun kosmetiikkabrändi Clinique'n kanssa. Rajoitetun ajan saatavilla olevat Marimekko for Clinique -sarjan tuotteet tulivat myyntiin maailmanlaajuisesti tammi-helmikuussa 24



Marimekko ja globaali japanilainen vaatebrändi Uniqlo lanseerasivat rajoitetun ajan saatavilla olevan yhteistyömalliston maaliskuun 2018 lopussa.

Pääkonttorin myynti ja takaisinvuokraus

- Marimekko kertoi 11.4.2018 julkaistussa pörssitiedotteessaan, että se on myynyt Helsingin Herttoniemessä sijaitsevan pääkonttorinsa OP Ryhmän hallinnoimalle rahastolle Real Estate Fund Finland III Ky:lle.
- Järjestely lisää yhtiön taloudellista joustovaraa ja tarjoaa mahdollisuuden keskittyä täysipainoisesti kasvun rakentamiseen tulevinä vuosina.
- Rakennuksen velaton kauppahinta on 10,4 miljoonaa euroa. Marimekko kirjaa kaupasta noin 6 miljoonan euron suuruisen kertaluonteisen verotettavan myyntivoiton vuoden 2018 toiselle neljännekselle; kaupan kassavirtavaikutus ennen veroja on arviolta noin 9 miljoonaa euroa.
- OP on sitoutunut investoimaan rakennuksen kunnostamiseen, mikä parantaa Marimekon henkilöstön työskentelytiloja, ja talossa vuosittain vierailevat yli 100 000 kävijää voivat jatkossakin asioida sen myymälöissä ja ravintolassa.
- Kaupan myötä Marimekon kulujen arvioidaan kasvavan noin miljoona euroa ja poistojen vähenevän noin 0,5 miljoonaa euroa vuositasolla.

Kiitos!

marimekko